جامعه‌شناسی تاریخی
دورهٔ ۱٤، شمـارهٔ ۲، پاییز و زمستان ۱٤۰۱
مقاله علمی پژوهشی
DOR: http://dorl.net/dor/ ۲۰,۱۰۰۱,۱,۲۳۲۲۱۹٤۱,۱٤۰۱,۱٤,۲,٤,۲

بررسی و تحلیل ظهور طبقهٔ متوسط جدید در نشریات دورهٔ پهلوی اول

رضا تسلیمی طهرانی*[۱]

(دریافت: ۱٤۰۱/۰۳/۰۸ پذیرش:۱٤۰۱/۰۷/۲۰)

چکیده

مسئلهٔ اصلی پژوهش حاضر توصیف، فهم و تحلیل ظهور طبقهٔ متوسط جدید در ایران از طریق مطالعه و بررسی شاخص‌ها و مؤلفه‌های مرتبط با سبک زندگی این طبقه در بازهٔ زمانی سال‌های ۱۳۰۰ تا ۱۳۲۰ش در نشریات شاخص و مرتبط این دوره است. پرسش‌های اصلی عبارت‌اند از: ۱. چگونه می‌توان از طریق مطالعه و برررسی نشریات شاخص دورهٔ پهلوی اول، ظهور طبقهٔ متوسط جدید و سبک زندگی مرتبط با آن را توصیف و تحلیل کرد؟ ۲. شاخص‌ها و مؤلفه‌های سبک زندگی طبقهٔ متوسط جدید در دورهٔ زمانی سال‌های ۱۳۰۰ تا ۱۳۲۰ش کدامند؟ به‌منظور پاسخ‌گویی به پرسش‌های فوق از روش‌های تاریخی و تحلیل محتوای کیفی استفاده شده و نشریات *عالم نسوان*، *بلدیه*، *شفق سرخ* و *تجدد ایران* مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند.

براساس یافته‌های این پژوهش، اعضای طبقهٔ متوسط جدید در دورهٔ پهلوی اول از سبک زندگی متمایزی برخوردار بودند که ویژگی‌ها و ابعاد آن در نشریات این دوره انعکاس یافته است. بر این اساس، فردگرایی، مصرف‌گرایی، توجه به بدن و مدیریت آن، برجسته شدن اوقات فراغت و مصرف فرهنگی و هنری مهم‌ترین مؤلفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی طبقهٔ متوسط جدید در سال‌های ذکرشده را مشخص می‌کند.

---

۱. استادیار جامعه‌شناسی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران، ایران

*taslimi@ricac.ac.ir
https://orcid.org/۰۰۰۰-۰۰۰۲-٤٤۱۳-۸٤۱۰

واژه‌های کلیدی: طبقهٔ متوسط جدید، سبک زندگی، نشریات، پهلوی اول، تمایز.

مقدمه

طبقهٔ متوسط جدید از مهم‌ترین طبقات اجتماعی است که نقش مهمی در سرنوشت جوامع جدید دارد. در جامعهٔ ایران، می‌توان زمینه‌های ظهور طبقهٔ متوسط جدید را به دوران قاجار و عصر مشروطیت نسبت داد، به نحوی که ارتباط با غرب از طریق سفر، ترجمه و مؤسسات آموزشی به تشخیص طبقهٔ متوسط جدید و سبک زندگی متمایز آن‌ها منجر شد (آبراهامیان، ١٣٨٢، ص. ٥٣-٥٦). با این حال، تنها در دوران پهلوی اول بود که طبقهٔ متوسط جدید به‌عنوان طبقه‌ای مشخص و متمایز به ظهور رسید و نقش آن در ایجاد تحولات اجتماعی تثبیت شد (همان، ص. ١٣٣).

در دورهٔ پهلوی اول با توجه به اقداماتی که درمورد اعطای شناسنامه به افراد، تجهیز ارتش و تصویب طرح خدمت وظیفهٔ عمومی، گسترش زبان فارسی، ایجاد وسایل ارتباطی و راه‌های مختلف، گسترش بوروکراسی، نوسازی نظام قضائی، دگرگونی نظام آموزشی، اصلاح ساختار مالی و اقتصادی و .... صورت گرفت به‌تدریج منش‌های فردی و میدان‌های قضائی، آموزشی، مالی، اقتصادی، اداری و... از یکدیگر متمایز شدند (کاتوزیان، ١٣٧٢؛ دیگار و همکاران، ١٣٧٧؛ گارثویت، ١٣٨٧؛ کمالی ١٣٨١؛ اکبری ١٣٨١؛ پرستش، ١٣٨٥ ؛ اشرف و بنوعزیزی، ١٣٨٨؛ فوران، ١٣٨٨). در این دوره، با توجه به تعدد راه‌های تصاحب سرمایهٔ اقتصادی و برجسته شدن نقش سرمایهٔ فرهنگی، زمینه‌های شکل‌گیری طبقات اجتماعی مختلف به‌وجود آمد و طبایع و ذائقه‌های فرهنگی نیز به تدریج متمایز شدند. بر همین اساس، در این دوره به‌تدریج طبقهٔ متوسط جدید شکل گرفت و کارمندان، صاحبان تخصص و مهارت به‌عنوان تکنسین ماهر،

مدیر عمومی، قاضی و پزشک و روشنفکران، روزنامه‌نگاران، هنرمندان، نویسندگان، معلمان و اساتید دانشگاه را شامل شد (آبراهامیان، ۱۳۸۲، ص. ۱۳۳).

پژوهش حاضر خواستار مطالعه و بررسی سبک زندگی اعضای طبقهٔ متوسط جدید و تشخیص مؤلفه‌ها و شاخص‌های آن در نخستین سال‌های ظهور این طبقه است تا به این وسیله به فهم و درک بهتر طبقهٔ متوسط جدید در فاصلهٔ سال‌های ۱۳۰۰ تا ۱۳۲۰ش دست یابد. از آنجا که مطالب منتشرشده در نشریات هر دوره منعکس‌کنندهٔ مهم‌ترین تحولات اجتماعی آن زمان هستند نشریات شاخص دورهٔ پهلوی اول در اینجا مورد بررسی قرار می‌گیرند تا به این وسیله سبک زندگی نوظهور طبقهٔ متوسط جدید و شاخص‌ها و مؤلفه‌های آن تحلیل و بررسی شوند.

درمجموع، مسئلهٔ اصلی پژوهش حاضر توصیف، فهم و تحلیل برآمدن طبقهٔ متوسط جدید در ایران از طریق مطالعه و بررسی شاخص‌ها و مؤلفه‌های مرتبط با سبک زندگی این طبقه در بازهٔ زمانی سال‌های ۱۳۰۰ تا ۱۳۲۰ش در نشریات شاخص این دوره است.

سؤالات اصلی تحقیق

۱. چگونه می‌توان از طریق مطالعه و برررسی نشریات شاخص دورهٔ پهلوی اول، ظهور طبقهٔ متوسط جدید و سبک زندگی مرتبط با آن را توصیف و تحلیل کرد؟

۲. شاخص‌ها و مؤلفه‌های سبک زندگی طبقهٔ متوسط جدید در دورهٔ زمانی سال‌های ۱۳۰۰ تا ۱۳۲۰ش کدامند؟

روش تحقیق

در پژوهش حاضر به‌منظور پاسخ‌گویی به پرسش‌های تحقیق و دستیابی به اهداف آن از روش تاریخی با رویکرد کیفی استفاده می‌شود. در این راستا منابع مختلف دست اول و دست دوم تاریخی شامل کتب، نشریات (روزنامه، مجله، هفته‌نامه و ...) و ... مرتبط با دورهٔ زمانی ۱۳۰۰ تا ۱۳۲۰ش مورد بررسی قرار خواهند گرفت. همچنین، به‌منظور طبقه‌بندی و تحلیل داده‌ها، روش تحلیل محتوای کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این راستا، کدگذاری و مقوله‌بندی داده‌ها انجام می‌شود تا مقولات فرعی و اصلی تشخیص داده شوند.

در این پژوهش، به‌ویژه بر نشریات منتشرشده در دورهٔ پهلوی اول تمرکز می‌شود تا بتوان به مدد تحلیل و بررسی آن‌ها گوشه‌ها و زوایایی از سبک زندگی اعضای طبقهٔ متوسط جدید را مشاهده کرد و به توصیف و تحلیل مؤلفه‌ها و شاخص‌های آن پرداخت. از آنجا که بررسی تمام نشریات منتشرشده در این دوره ممکن نیست در اینجا بر نشریاتی تمرکز می‌شود که محتوای آن‌ها از بیشترین ارتباط با سبک زندگی اعضای طبقهٔ متوسط جدید برخوردار است و شیوهٔ زندگی آن‌ها را با جامعیت بیشتری در خود بازتاب می‌دهد. در این راستا، در اینجا شماره‌های مختلف نشریات *عالم نسوان*، *بلدیه*، *شفق سرخ* و *تجدد ایران* با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرند.

پیشینهٔ پژوهش

در پژوهش‌های مختلف انجام‌شده تا امروز، پژوهش مشخصی که به بررسی و تحلیل ظهور طبقهٔ متوسط جدید در نشریات دورهٔ پهلوی اول بپردازد به چشم نمی‌خورد. با وجود این، تحقیقات مختلفی در حول و حوش موضوع پژوهش حاضر انجام شده‌اند که می‌توان به اختصار به مرور آن‌ها پرداخت.

شهرام یوسفی‌فر و شهناز جنگجو (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «مسئلهٔ زن و زنانگی در روزنامهٔ اطلاعات در دورهٔ پهلوی اول» (۱۳۰٤ـ۱۳۲۰) به بررسی مقالات و اخبار منتشرشده درمورد زن و زنانگی در روزنامهٔ *اطلاعات* در دورهٔ رضاشاه پرداخته است. یافته‌های این پژوهش که با روش تحلیل محتوا انجام گرفته نشان می‌دهد که روزنامهٔ *اطلاعات* تا سال ۱۳۱٤ توجه چندانی به زنان و مسائل آن‌ها نداشته، اما بعد از ۱۳۱٤ در راستای پیش‌برد سیاست کشف حجاب زن و زنانگی را بیشتر در پیوند با ظاهرگرایی، زیبایی و آرایش بازنمایی کرده است و فاقد هرگونه سیاست و خط مشی‌ای در راستای ارتقای سطح فکری و فرهنگی زنان، حمایت از بهبود مقام موقعیت زنان و دفاع از حق و حقوق اجتماعی آن‌ها بوده است (همان، ص. ۲۵۲).

فوزیه جوانمردی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «بازتاب گفتمان پزشکی در مطبوعات دورهٔ مشروطه و پهلوی اول» به بررسی برخی از مطبوعات دورهٔ پهلوی اول مانند *بلدیه*، *اطلاعات*، *عالم نسوان*، *حفظ الصحه*، *اخگر* و ... و بازتاب تحولات پزشکی در آن‌ها پرداختند. براساس یافته‌های این پژوهش، تأسیس دولت مدرن و متمرکز در ایران در بین سال‌های ۱۳۰٤ تا ۱۳۲۰، بر اخلاقیات پزشکی تأثیرگذار بوده است. از این دوره به بعد دولت در تمام عرصه‌های بهداشتی مداخله می‌کرد، با بخشنامه و آیین‌نامه مردم را به رعایت ضوابط بهداشتی وادار می‌کرد و هم‌زمان نهادهای جدید پزشکی و درمانی با شعبات مختلف مانند تیمارستان، بیمارستان، درمانگاه، داروسازی و دندانپزشکی رشد قابل توجهی داشتند (همان، ص. ۱۳۱).

نرگس صالح‌نژاد (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «کاربرد عکس در تبلیغات تجاری روزنامه‌های عصر پهلوی (مطالعهٔ موردی: روزنامهٔ اطلاعات)» با استفاده از روش تحلیل محتوا به بررسی شماره‌های مختلف روزنامهٔ *اطلاعات* در فاصلهٔ سال‌های ۱۳۰۵ تا

۱۳۲۰ پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد پدیده‌های نوظهور غربی و تبلیغ مصرف‌گرایی در تصاویر آگهی‌های تجاری دیده می‌شود و نقش مؤثری در ترغیب مردم به مصرف‌گرایی دارد. همچنین، آگهی‌ها به‌عنوان ابزاری برای پروژهٔ هویت‌سازی عصر پهلوی مورد استفاده قرار گرفتند (همان، ص. ۱۳۱).

درنهایت، محمدمهدی انصاری (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «مطبوعات رضاخانی، طرح اندیشهٔ ایرانشهری و مشروعیت‌سازی برای حکومت پهلوی» با مرور نشریاتی مانند *ایران نو*، *شرق*، *کاوه*، *ایرانشهر*، آن‌ها را ابزار تبلیغاتی دستگاه حکومتی می‌داند که با هدف بازتولید مشروعیت و حقانیت برای سلسلهٔ پهلوی به طرح اندیشهٔ ایرانشهری و ترویج گرایشات ناسیونالیستی و باستان‌گرایانه پرداختند. در چنین فضای فکری و سیاسی قرار بود روشفکران و روزنامه‌نگاران وابسته به دربار هم دستاوردهای تمدنی غرب را وارد کنند و هم به تعمیق روحیات ناسیونالیستی و علایق باستانی و تاریخی ایرانیان بپردازند (همان، ص. ۱۱۵).

بنابراین، مقالات ذکرشده، ظاهرگرایی، زیبایی و آرایش برای زنان، دخالت دولت در عرصه‌های بهداشتی و تأسیس نهادهای پزشکی، مصرف‌گرایی و اندیشه‌های ناسیونالیستی، باستان‌گرایی و غربی را ازجمله مضامین نشریات دورهٔ پهلوی اول می‌دانند.

مبانی نظری

در پژوهش حاضر متناسب با استفاده از روش‌های کیفی نمی‌توان به ذکر چارچوب نظری مشخصی پرداخت. در عوض، مفاهیم طبقه، طبقهٔ متوسط جدید و سبک زندگی که از مهم‌ترین مفاهیم به‌کار رفته در پژوهش حاضر هستند به اختصار تعریف می‌شوند و در تعریف آن‌ها به‌ویژه از دیدگاه‌های پی‌یر بوردیو[1] استفاده می‌شود.

الف) طبقه و طبقهٔ متوسط جدید

به نحو کلی می‌توان دو رویکرد نسبت‌به مفهوم طبقه را تشخیص داد. عده‌ای به تبعیت از کارل مارکس طبقه را گروهی از افراد می‌دانند که از نظر شیوهٔ تولید و در اختیار داشتن سرمایه‌های اقتصادی مانند درآمد و مالکیت در موقعیت مشابهی قرار دارند (بحرانی، ۱۳۸۸، ص.۳٦، ۳۷). در برابر گروه دیگری از متفکران به تبعیت از پی یر بوردیو در هنگام تعریف طبقه بر سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی تأکید می‌کنند و میزان برخورداری از این دو سرمایه را ملاک تقسیم‌بندی‌های طبقاتی می‌دانند (بوردیو، ۱۳۹۰).

در متن حاضر ما طبقه را در مفهومی که بوردیو از آن مراد کرده است درنظر می‌گیریم و هنگامی که از طبقهٔ متوسط در ایران سخن می‌گوییم منظورمان افرادی است که از نظر در اختیار داشتن سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی در موقعیتی میانی و در بین طبقات بالا و پایین جامعه قرار دارند.

طبقهٔ متوسط در ایران از خرده‌طبقات مختلفی متفاوتی تشکیل شده است که می‌توان به نحو کلی آن‌ها را به دو خرده‌طبقهٔ متوسط سنتی و متوسط جدید تقسیم کرد. هر کدام از این خرده طبقات، علی‌رغم آن‌که از نظر در اختیار داشتن سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی به نحو کلی در موقعیتی میانی قرار دارند از مشخصات و سبک زندگی متفاوتی برخوردارند و باید به نحو جداگانه مورد توجه قرار گیرند. طبقهٔ متوسط سنتی با میزان سرمایه‌های اقتصادی بیشتر و سرمایه‌های فرهنگی کم‌تر و طبقهٔ متوسط جدید

با میزان سرمایه‌های فرهنگی بیشتر و سرمایه‌های اقتصادی کم‌تر مشخص می‌شوند (همان).

ب) سبک زندگی

تعاریف مختلفی از سبک زندگی ارائه شده است که می‌توان آن‌ها را در سه دستهٔ کلی مشخص کرد: دستهٔ اول، تعاریفی هستند که سبک زندگی را شامل رفتارها می‌دانند و نگرش و ارزش‌ها را از دایرهٔ تعریف بیرون می‌گذارند. دستهٔ دوم، تعاریفی هستند که سبک زندگی را شامل رفتارها و همچنین نگرش‌ها و ارزش‌ها می‌دانند و دستهٔ سوم، به وجه نمادین سبک زندگی توجه دارد (فاضلی، ١٣٨٢، ص. ٦٧). درمجموع مفهوم سبک زندگی در مطالعات جامعه‌شناسی بیشتر ناظر به تعاریف گروه اول و در نظر گرفتن دسته‌ای از آن‌هاست که تمام رفتارهای روزمره را در نظر می‌گیرند (همان، ص. ٨٣). از دیدگاه بوردیو، سبک زندگی و طبقهٔ اجتماعی در ارتباط با هم قرار دارند. به بیان دیگر، افرادی که از موقعیت‌های طبقاتی همانندی برخوردارند، سبک‌های زندگی مشابهی دارند. درنتیجه میان سبک‌های زندگی افراد یک طبقه هم‌بستگی و پیوند وجود دارد و افراد هم طبقه از ذائقه‌ها و ترجیحات مشابهی در زمینهٔ پوشاک، غذا، تزیین منزل و... برخوردارند. از سوی دیگر، سبک‌های زندگی محصول منش هستند و از طبایع منش تأثیر می‌پذیرند و این تأثیرات می‌توانند بسیار ماندگار باشد. سبک‌های زندگی، محصولات سیستماتیک منش هستند که در روابط متقابلشان و به کمک شاکله‌های منش درک می‌شوند؛ و به نظام‌های نشانه‌ای تبدیل می‌شوند و به صورت اجتماعی مورد ارزیابی و قضاوت قرار می‌گیرند (بوردیو، ١٣٩٠، ص. ٢٤١).

یافته‌های پژوهش

در دورهٔ پهلوی اول نشریات متعددی در ایران منتشر می‌شد. در دههٔ اول این دوره، ٤٩٦ عنوان نشریه (روزنامه، مجله و ...) وجود داشت که البته به سبب رشد روند خودکامگی رضاشاه تعداد نشریات رو به کاهش گذاشت و با توقیف و تعطیلی تدریجی روزنامه‌ها در دههٔ دوم (۱۳۱۰) به ۹۹ عنوان رسید. در این دوره مطبوعات بیشتر در تهران متمرکز بودند به نحوی که در کل دو دهه ٣٦٦ عنوان روزنامه در تهران منتشر می‌شد (فراستخواه، ۱۳۸۸، ص. ۱۷۸).

به نحوی که ذکر شد در این بخش بر برخی نشریات این دوره که شرایط اجتماعی و تحولات جامعه بیشتر در آن‌ها بازتاب یافته و مؤلفه‌های گوناگون سبک زندگی طبقهٔ متوسط جدیدِ درحال ظهور بیشتر در آن‌ها منعکس شده است تمرکز می‌شود. نشریاتی که در اینجا مورد بررسی قرار می‌گیرند عبارت است از: *عالم نسوان*، *بلدیه*، *تجدد ایران* و *شفق سرخ*.

الف) مجلهٔ *عالم نسوان*

مجلهٔ *عالم نسوان* به صاحب امتیازی «نوابه صفوی» و مدیر مسئولی «میرحسین حجازی» یکی از نشریات این دوره است که در حوزهٔ زنان و موضوعات اجتماعی فعالیت می‌کرد. این نشریه به‌وسیلهٔ مدرسهٔ دخترانهٔ آمریکایی تهران منتشر می‌شد. محل دفتر آن «مدرسهٔ اناثیهٔ آمریکایی» درخیابان قوام‌السلطنه تهران بود و در «مطبعهٔ فاروس طهران» به چاپ می‌رسید. انتشار این نشریه دوازده سال و سه ماه ادامه یافت و آخرین شمارهٔ آن در سال ۱۳۱۲ به چاپ رسید. در اینجا شماره‌های گوناگون این نشریه بررسی می‌شود و مطالبی که با اهداف پژوهش حاضر از ارتباط بیشتری برخوردارند ذکر می‌شوند تا زمینهٔ تحلیل آن‌ها فراهم شود.

در این نشریه، مضامین مختلفی به چشم می‌خورد که نشان‌دهندهٔ اهمیت یافتن زنان طبقهٔ متوسط جدید شهری و افکار، ایده‌ها و سبک زندگی آن‌هاست. به بیان دیگر، حضور زنان طبقهٔ متوسط نوظهور در شهر و فضاهای گوناگون شهری و تأکید حکومت بر گسترش زندگی اجتماعی زنان، موضوعات و مسائل مختلفی را به همراه آورده است که در این نشریه و نشریات دیگر منعکس شده و مورد بحث قرار گرفته است.

ازجمله مطلب ادامه‌دار و تقریباً همیشگی در این نشریه می‌توان به مطالبی با عناوین «خانه‌داری»، «حفظ الصحه» (درمورد دیفتری، آبله‌کوبی و ...)، «دستور پرستاری و توجهات اطفال»، «اخبار ترقی نسوان»، «اشخاص بزرگ»، «اطلاعات علمی شما در چه حد است؟» و قطعات داستان‌ها و رمان‌ها اشاره کرد.

برای نمونه، در سال هفتم، شمارهٔ یازدهم، در آبان ١٣٠٦ مطلبی با عنوان «مهندسی خانه‌داری: زن خانه‌دار اوقات فراغت خود را چگونه باید صرف کند؟» ترجمه شده به وسیلهٔ م. جلالی به شیوه‌های گوناگون کوتاه کردن زمان انجام کارهای خانه می‌پردازد تا به این طریق اوقات فراغت زنان افزایش یابد و آن‌ها بتوانند این اوقات را در یادگیری علوم و هنرها صرف کنند:

> عمر یک خانه‌داری از ٢٠ تا ٣٠ سال است. فکر بکنید در این مدت چه کارهایی می‌تواند انجام بدهد. فقط با داشتن ٣٠ دقیقه هر روز شخص می‌تواند تحصیل یک زبانی بکند، یک دوره ساینس کامل بخواند، یا در یک رشتهٔ موسیقی مشق کند یا در یک شغلی ماهر گردد. فقط با ٣٠ دقیقهٔ وقت که از قسمت زندگانی خانه‌داری‌اش صرفه کرده است.

در سال نهم، شمارهٔ دوم، در اسفند ١٣٠٧ در کنار مطالب منتشرشده از رشید یاسمی با عنوان «مقام زن» و «قائد نسوان» به قلم ناهید اصفهانی، مطلبی با عنوان «رفتار در خانواده، قسمت سوم؛ رفتار در امکنهٔ عمومی» به نقل از کتاب *رفتار در خانواده* مطبعهٔ

آمریکا به چاپ رسیده است که قابل توجه است. در این مطلب نویسنده شیوهٔ صحیح کردار و رفتار در جامعه را گوشزد می‌کند و آداب و رسوم تعاملات روزمره را به خواننده فرامی‌دهد.

در سال دهم، شمارهٔ دوم، در اسفند ۱۳۰۸ تصویری از «سه خانم هواپیمای آمریکایی که مسافت سی هزار کیلومتر را پیموده و از فراز ایالات متحدهٔ آمریکا پرواز نموده‌اند» و تصویری از «یکی از پرستاران اروپایی که زندگانی خود را بین اهالی وحشی جزیره فیجی به سر می‌برد و مشغول معالجهٔ یکی از آدمخواران آن سامان است» منتشر شده است.

در سال دوازدهم، شمارهٔ اول، در بهمن ۱۳۱۰ مقاله‌ای با عنوان «حجاب در ایران» و به قلم م. ر. هزار منتشر شده است. این مقاله ضمن بحث و بررسی در مورد «رفع حجاب» درنهایت آن را مفید و یک ضرورت می‌داند. مطلب دنباله‌داری با ترجمهٔ خانم م. جلالی و با عنوان «زن محبوب» در این نشریه به چشم می‌خورد که شیوه‌های صحیح راه رفتن، نشستن، بلندشدن و ایستادن را از لحاظ بدنی به زنان می‌آموزد و ورزش‌های مخصوص را به آن‌ها یادآوری می‌کند. در ابتدای این مطلب آمده است:

> راه رفتن باید در هوای آزاد باشد ... تنبلانه و با تأنی مثل راه رفتن طبیعی نباشد و نباید در دست‌ها چیزی باشد بلکه دست‌ها آزادانه حرکت کند. بهترین طریق برای این راه همراهی با یک سگ قوی زورمندی است مخصوصاً که تسمه‌اش را در دست داشته باشیم.

به نحوی که مشاهده می‌شود نشریهٔ *عالم نسوان* دربرگیرندهٔ مطالب مهمی است که از تغییر و تحولات اجتماعی، حضور زنان در سطح شهر و فضای عمومی و ظهور سبک زندگی طبقهٔ متوسط جدید خبر می‌دهند. در راستای استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی مطالب ذکرشده در اینجا را می‌توان در چند مقوله طبقه‌بندی کرد.

نخست، آموزش آداب و طرز صحیح رفتار؛ دوم، اخبار مرتبط با ترقیات نسوان در عالم و به‌خصوص جوامع غربی و مقایسهٔ آن با وضعیت زنان در ایران آن روز؛ سوم، تأکید بر لزوم ایجاد جنبش زنان، انجمن‌های زنان، مبارزه با عقب‌ماندگی زنان و مشارکت آن‌ها در زندگی اجتماعی؛ چهارم، تأکید بر آموزش و تعلیم زنان و لزوم آموزش اجباری برای آنها مانند پسران؛ پنجم، آشنایی زنان با اصول خانه داری، توجه به اطفال و تربیت آنها، مهندسی خانه‌داری و استفاده از اوقات فراغت زنان در راه تحصیل علم، زبان، موسیقی و ...؛ ششم، تأکید بر مد تازه لباس، سالون‌های خیاطی و تبعیت از ژورنال‌های اروپایی و آمریکایی هفتم، مطرح شدن مسائل اجتماعی مختلف ازجمله شرب مسکرات، ازدواج اجباری دختران، تعدد زوجات و متعه، فحشا، سقط جنین و رفع حجاب؛ هفتم، تبلیغ پدیده‌های جدید مانند دوربین، عینک، کتابخانه، مدارس و ... .

ب) مجلهٔ *بلدیه*

ازجمله دیگر نشریات مهم این دوره که شاید بیش از هر چیز نشان‌دهندهٔ گسترش شهر، شهرنشینی و زندگی شهری در ایران است می‌توان به مجلهٔ *بلدیه* اشاره کرد. این مجله با مدیر مسئولی عباس خلیلی و مهدی مافی منتشر می‌شد و انتشار آن تا سال ۱۳۱۳ ادامه داشت. در اینجا شماره‌های مختلف این نشریه بررسی می‌شوند و مطالبی که با اهداف پژوهش حاضر از ارتباط بیشتری برخوردارند ذکر می‌شوند. از آنجا که ایجاد شهرها و رواج شهرنشینی از ارتباط وثیقی با پیدایش طبقهٔ متوسط جدید برخوردار است می‌توان انتظار داشت که از خلال مرور مطالب منتشرشده در این نشریه اطلاعات ارزشمندی درمورد سبک زندگی اعضای طبقهٔ متوسط جدید در این دوران به‌دست آید.

برای نمونه، در سال نهم، شمارهٔ چهارم مورخ آذرماه ۱۳۰۹ مطلبی با عنوان «مراعات اخلاق در محافل عمومی» به قلم ک. ش. منتشر شده است. در این مطلب آمده است:

اصولاً وقتی مملکتی رو به ترقی و آبادی می‌رود بهمان نسبت اصول معاشرت و رفتار با یکدیگر فرق کرده و باید کم کم به ملل متمدنه نزدیک شود.... زمانی بود که به هیچ وجه گردش گاه برای اهالی نبود و اگر یک خیابان مثل خیابان لاله‌زار را برای تفریح و قدم زدن انتخاب می‌کردند همه کس در آن دیده نمی‌شد. زمانی بود در طهران و سایر شهرهای ایران فقط یک سینما که در هفته یک شب و آنهم در هر شبی لااقل ده مرتبه فیلم پاره می‌شد وجود داشت اگر تئاتر هم در بعضی اوقات داده می‌شد اشخاص محترم کم‌تر در آن محل دیده می‌شدند. زمانی بود که اساساً مجالس رسمی جشن باله آن هم موافق سبک اروپا تشکیل نمی‌شد که مقید رفتار مخصوص باشند و قس علیهذا. حالیه مجالس رسمی جشن مهمانی اجتماعات عمومی زیاد و هتل‌های فراوان و رستوران‌های بی‌شمار تشکیل شده است که در مواقع معینه مراعات نکات لازمه حتمی است. به نظر اینجانب از یک نفر جوان بیست ساله طبقهٔ سوم تا یک نفر جوان طبقهٔ اول این مملکت میبایستی سبک و روش زندگانی را بطبع عوض کرده سبک نو و جدیدی که معمول دنیاست اتخاذ کند، زیرا یک نفر شاگردی که اوقات خود را درب دکان گذرانده و هیچ قیدی برای گفتار یا کردار خود قائل نبوده حال پیشخدمت یک رستوران و یا هتل و یا فامیلی شده باید طرز رفتار خود را به‌کلی تغییر دهد.

در سال نهم، شمارهٔ ۷ و ۸، اسفند ۱۳۰۹ و فروردین ۱۳۱۰، بر روال شماره‌های پیشین «خلاصهٔ مذاکرات انجمن بلدی طهران» ذکر شده است. لایحهٔ عوارض خانه‌های مسکونی، لایحهٔ عوارض فخاری، لایحهٔ عوارض بر اتومبیل و اتوبوس‌های شهری که به تصویب هیئت دولت رسیده است توضیح داده شده، «خلاصهٔ راپورت اقدامات و عملیات یک‌ماههٔ ادارهٔ صحیه و خیریه و معاونت عمومی» و «احصائیهٔ متوفیات در دی‌ماه و بهمن‌ماه ۱۳۰۹ شهر طهران» ازجمله مطالب این شماره است.

در سال نهم، شمارهٔ ۱۱ و ۱۲، مورخ تیر و مرداد ۱۳۱۰ اعلانات مختلفی به چشم می‌خورد:

نظر به این‌که کبوتربازی در جامعه مورث فساد اخلاق و عادت ولگردی و بیکاری و اتلاف وقت و بالأخره جز تولید فقر و فلاکت و خطر جانی نتیجه و ثمره نخواهد داشت و متأسفانه عده‌ای این اشتغال ناپسندیده را پیشهٔ خود قرار داده و بالطبع موجبات زحمت همسایگان و مجاورین خود را فاهم می‌کنند، لذا بوسیله این اعلان اخطار می‌شود که از تاریخ نشر این اعلان اشتغال به کبوتربازی قدغن و ممنوع است و مرتکب فقرهٔ اول از مادهٔ هفتم نظام‌نامهٔ امور خلافی تعقیل و مجازات خواهد شد. بلدیهٔ طهران.

مورد دیگر:

اولین کودکستان ایرانی با اجازه و تصویب نمرهٔ ٤٤٥٦/١١٥٧ مورخهٔ ۳۱ تیرماه ۱۳۱۰ وزارت جلیلهٔ معارف در خیابان شاه‌آباد کوچهٔ ممتازالدوله درب سوم تأسیس‌یافته برای هرگونه اطلاعات و توضیحات و پذیرایی خوانین و آقایان محترم حاضر است. مؤسس و مدیرهٔ کل.

در سال دهم، شمارهٔ ۷ و ۸، مورخ شهریورماه ۱۳۱۲ نظام‌نامهٔ خبازخانه مصوبهٔ انجمن بلدی طهران در دو فصل ذکر شده است: فصل اول وظایف خباز، فصل دوم وظایف آسیابان‌ها. در این شماره در مطلبی با عنوان «چرا؟» بر رعایت نکات اخلاقی و اجتماعی در محافل، در گردشگاه‌ها، در اتوبوس تأکید شده است. همچنین راپورت عملیات و اقدامات ادارهٔ صحیه و خیریه و معاونت عمومی ذکر شده است که در آن گزارشی از وضعیت مطب‌های عمومی، مریض‌خانه، دارالمجانین، زایشگاه و پرورشگاه و تعداد مراجعان و افراد بستری در آن‌ها ارائه شده است.

در سال دهم، شمارهٔ ۹ و ۱۰، آذرماه ۱۳۱۲ مقررات قصابخانه‌ها از طرف انجمن بلدی طهران منتشر شده است. در این شماره بر مبنای روال نشریهٔ *بلدیه* در انتشار تصاویر مرتبط با تحولات و تغییرات اجتماعی و شهری رخ داده در عصر پهلوی، تصاویر مرتبط با متحدالشکل شدن کلاه‌ها چاپ شده است. بر این اساس در یک صفحه با تیتر «دیروز» اشکال متکثر انواع و اقسام کلاه‌های ایرانیان با ذکر نامشان به تصویر کشیده شده و در صفحهٔ بعد با تیتر «امروز» تنها تصویر کلاه پهلوی به چشم می‌خورد.

در سال دهم، شمارهٔ ۱۱ و ۱۲، فروردین ۱۳۱۳ تصاویر مقایسه‌ای مختلفی منتشر شده است و به این وسیله پیشرفت و ترقیات به‌دست آمده به تصویر کشیده شده است. برای نمونه، تصویر کجاوه و قطار در یک صفحه در حالی که در زیر تصویر قطار نوشته شده «ده ساله!»، تصویر حاجی میرزرا آقاسی با لباس سنتی خود «صد سال اخیر!» و در زیر آن تصویر جوانی با کت و شلوار و کلاه پهلوی «ده سال اخیر!» منتشر شده است. در همین راستا تصاویر کبابی با عمارت رستوران، سقط‌فروشی با مغازه، تجارتخانه با بازار جدید و ... مقایسه شده و تصاویری از دواخانه، سلمانی، فراش‌باشی، درویش، میرغضب، حمال،گدا و ... منتشر شده است.

در سال یازدهم، شمارهٔ ٤ و ٥، دی‌ماه ۱۳۱۳ تصاویر محل آب‌تنی و محل شناوری منتشر شده و در زیر آن‌ها نوشته شده است: «طهران هم لازم دارد». در صفحهٔ دیگر، تصویر یک سقا با تصویر یک ماشین آب‌پاش مقایسه شده است و در تصاویر دیگر، «مجسمهٔ شاعر ملی و احیاکنندهٔ زبان فارسی حکیم ابوالقاسم فردوسی» و آرامگاه فردوسی به چشم می‌آید. در این شماره مطالب مرتبط با برگزاری کنگرهٔ فروسی، شعری با عنوان مسابقه فردوسی و مطلبی با عنوان نبوغ فردوسی آمده است.

مطالب منتشرشده در نشریهٔ *بلدیه* نشان‌دهندهٔ شکل‌گیری زندگی شهری و شهرنشینی است، زندگی طبقهٔ متوسط نوظهوری که بیش از پیش متشکل و نظام‌مند می‌شود. مطالب مرورشده در این نشریه را می‌توان ذیل چند مقوله مشخص کرد. نخست، انتشار قوانین، لایحه‌ها و نظامنامه‌های مختلف که نشانگر مدون شدن زندگی شهری، شکل‌گیری حِرَف تخصصی و نظم و سیاق یافتن آن‌هاست. قانون بلدیه، قانون اوزان و مقیاس‌ها، لایحه‌های عوارض‌خانه‌های مسکونی، عوارض فخاری، عوارض بر اتومبیل و اتوبوس‌های شهری و نظام‌نامه‌های انجمن بلدی، مدارس مجانی بلدی، حمام‌ها و خبازخانه‌ها در کنار مقررات قصابخانه‌ها، وظایف پیش‌خدمت هتل و اصول رفتار مشتریان و ... از نظام‌مند شدن زندگی روزمره و ظهور سبک‌های زندگی جدید خبر می‌دهند. دوم، گزارش‌های مختلف منتشرشده از فعالیت‌های شهری انجام‌گرفته مانند اقدامات و عملیات ادارهٔ صحیحه، خیریه و معاونت عمومی، راپورت وضعیت مطب‌های عمومی، مریض‌خانه، دارالمجانین، زایشگاه و پرورشگاه و احصائیهٔ متوفیات در شهر طهران که بیش از هر چیز نشانگر سروسامان گرفتن شهر و ظهور نظم و ترتیب جدید است. سوم، اعلانات مختلف مانند ممنوعیت و قدغن شدن کبوتربازی یا تأسیس اولین کودکستان ایرنی که به ترتیب از تحت کنترل درآمدن بیش از پیش زندگی روزمره و ظهور پدیده‌های جدید در شهر خبر می‌دهند. چهارم، تأکید بر فراگیری اصول معاشرت و رفتار با یکدیگر و مراعات اخلاق در محافل عمومی، تغییر سبک و منش زندگانی و اتخاذ سبکی نو و معمول در دنیا متناسب با ظهور پدیده‌های جدید مانند سینما، تئاتر، مهمانی‌ها، جشن‌ها ، هتل‌ها و... که می‌توان آن را در راستای تغییر سبک زندگی و یادگیری آداب و اصول رفتاری جدید ارزیابی کرد. پنجم، هشدار درمورد عواقب وخیم استعمال تریاک و به‌خصوص مصرف الکل. در این راستا، پیامدهای

مصرف الکل از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته مانند تأثیرات منفی آن بر کارکرد بدن و سلامت فرد، تزلزل خانواده، فقر، خودکشی، جنایات و... که از شیوع و اهمیت این موضوع در جامعه آن روز و نیاز به تحت کنترل درآوردن آن خبر می‌دهد. ششم، توجه به بیماری‌های مقاربتی مانند سیفلیس و تأثیرات آن بر ازدواج که نشان‌دهندهٔ شیوع آن در جامعهٔ آن روز و نیاز به تحدید تأثیرات آن است مانند لزوم ارائهٔ تصدیق صحت مزاج مرد و زن در حین انعقاد عقد. هفتم، انتشار تصاویر مختلف از پدیده‌های نوظهور در دوران پهلوی و مقایسهٔ آن‌ها با پدیده‌های دوران قبل مانند کلاه، کت و شلوار، قطار، رستوران، مغازه، بازار جدید، محل آب‌تنی و شنا و ... که به‌وضوح تغییرات شکل‌گرفته در این دوران را نشان می‌دهد و آن را با سال‌های طولانی پیش از ظهور پهلوی مقایسه می‌کند. هشتم، تبلیغ وسایل و فضاهای مختلف مانند کتاب دستور خیاطی، رمان، رستوران، فیلتر آب و ... که از ورود جامعه به دوران جدید و شکل‌گیری سبک زندگی طبقهٔ متوسط نوظهور خبر می‌دهند.

۳-٦. روزنامهٔ *شفق سرخ*

از دیگر نشریات فعال در دورهٔ پهلوی اول که اوضاع و احوال اجتماعی در آن بازتاب یافته است می‌توان به نشریهٔ *شفق سرخ* اشاره کرد. این نشریه در قالب روزنامه یا سه شماره در هر هفته منتشر می‌شد. صاحب امتیاز و مدیر مسئول آن علی دشتی و سردبیر آن عبدالله مایل تویسرکانی بود. انتشار این روزنامه از اسفند ۱۳۰۰ آغاز شد و تا سال ۱۳۱٤ ادامه یافت. در اینجا به‌دلیل عدم امکان مرور تمام شماره‌های این روزنامه، بر سال‌های ۱۳۰۷ و ۱۳۱۱ که از سال‌های میانی دورهٔ پهلوی اول و دورهٔ انتشار این نشریه هستند تمرکز شده و مطالب مندرج در این روزنامه که با اهداف پژوهش حاضر مرتبط‌اند مرور شده‌اند. بررسی مطالب منتشرشده در این نشریه می‌تواند ما را با

مختصات اجتماعی دورهٔ مورد مطالعه و تحولات گوناگون مرتبط با طبقهٔ متوسط نوظهور و سبک زندگی اعضای این طبقه آشنا کند. گفتنی است برخی از رمان‌های مهم این دوره ازجمله «تفریحات یک شب» برای نخستین‌بار در این نشریه منتشر شده‌اند.

برای نمونه، در شمارهٔ ۱۰۳۵ مورخ ۷ شهریور ۱۳۰۷، این مطالب به چشم می‌خورند: «پیراهن کراوات؛ برای خرید پیراهن‌های بسیار اعلا دوخت پاریس و کراوات‌های آخرین مد فرانسه به تجارتخانهٔ آفتاب خیابان لاله‌زار رجوع فرمایید»، «آقایان محصلین؛ کتابخانهٔ امریکایی بغیر از کتب اروپایی کتاب‌های تدریس فارسی نیز تهیه کرده است. اگر کتب لازم را از آنجا بخرید هم برای شما مناسب و ارزان تمام می‌شود هم از زحمت چانه زدن راحت خواهید بود. لاله‌زار، خیابان رفاهی کتابخانهٔ آمریکایی».

در شمارهٔ ۱۰۳۹ مورخ ١٤ شهریور ۱۳۰۷، آمده است:

> در مغازهٔ پولیفون واقع در اوایل خیابان علاءالدوله هر قسم از صفحات قمرالملوک خانم، ملوک خانم و غیره موجود و بدون تفاوت قیمت هر صفحه ۱۵ قران بفروش می‌رسد. گرمافون‌های مارک پولیفون همه نوع نیز حاضر و مرتباً صفحات وارد می‌شود، سری دوم نیز رسیده.

در مطلبی دیگر در همین شماره ذکر شده است:

> خانم‌های محترم؛ جمعیت بیداری نسوان اولین قدم عملی خود را در راه بیداری نسوان تأسیس قرائت‌خانهٔ مخصوص نسوان تشخیص داده و پس از زحمات زیاد اینک که به انجام آرزوی خود موفق شد به‌وسیلهٔ این اطلاع خاطر خواتین محترمه را مسبوق می‌دارد که قرائت‌خانهٔ عمومی نسوان همه روزه به استثنای ایام تعطیل از ساعت نه صبح در خیابان صنیع‌الدوله کوچهٔ بدیع‌الممالک نمرهٔ ۱ مفتوح است.

خانم‌های محترمه را برای استفادهٔ مجانی از جرائد و مجلات وارده به این قرائت‌خانه دعوت می‌نمائیم.

در شمارهٔ ۲۰۲٤ مورخ ۷ فروردین ۱۳۱۱، آمده است: «باورکردنی است، امتحان بخوبی ثابت می‌کند، صابون‌های توالت ساخت کارخانهٔ داروگر با صابون‌های اروپا و امریکا رقابت می‌کند». «نمک میوهٔ بیشاپ چاپ سیاه بهترین و باصرفه‌ترین نمک میوه‌های دنیاست/ اخیراً در شیشه‌های نیمی و ربعی تهیه شده است»، «لباس خود را به کدام خیاط‌خانه سفارش می‌دهید؟»، «لباس خوش‌برش انسان را خوش‌اندام، قشنگ و زیبا جلوه می‌دهد».

در شمارهٔ ۲۰۳۰ مورخ ۱٦ فروردین ۱۳۱۱، این مطالب ذکر شده‌اند: «از شنبه شب ۲۰ فروردین غیاث خشتمال بقلم آقای میرزا ابراهیم خان ناهید توسط مجمع تاتوال در شعبهٔ نمایشگاه زرتشتیان بنا بر خواهش عده تجدید می‌شود به انضمام رقص مادام کرنلی». «مهمانخانهٔ شیراز، اگر بدیدن آثار با عظمت نیاکان (تخت جمشید، کعبهٔ زرتشت، مجسمهٔ شاهپور) و زیارت بارگاه شیخ و خواجه علاقه‌مندید به شیراز تشریف‌فرما شده مهمانخانهٔ سعدی مهمانان عزیز را پذیرایی شایان و خدمت شایسته خواهد نمود». «دزد را به لباس نمی‌توان شناخت، نمایشی است اخلاقی و ادبی و اجتماعی که بضمیمهٔ ارکستر عالی توربانی روز چهارشنبه ۲٤ فروردین ساعت ۸ بعد از ظهر در سالون سینما سپه داده خواهد شد».

در شمارهٔ ۲۰٤٥ مورخ ۲ اردیبهشت ۱۳۱۱، آمده است:

کافه موزیکال (وکا) کافه وکا به زودی انتقال خواهد یافت به تجریش نزدیک پل اول خیابان پهلوی در یک باغچهٔ خیلی باصفا. کافه وکا دارای رستوران موزیکال هم خواهد بود، بهترین و لذیذترین خوراک‌ها را بمشتریان محترم خواهد داد و .... .

به نحوی که ملاحظه می‌شود مطالب منتخب از نشریهٔ *شفق سرخ* را می‌توان ذیل دو مقولهٔ تبلیغ وسایل مصرفی و تبلیغ فضاهای جدید شهری مورد توجه قرار داد. در این مطالب «ماشین» یا اتومبیل و لوازم جانبی آن مانند لاستیک، روغن و بنزین، چایی، کاکائو، نمک میوه، سیگار، خمیر دندان، صابون توالت، خمیر و صابون صورت، شیر زیبایی، داروی سینه، پیراهن، اقسام بلوز دامن و ژیله، کتاب، قلم خودنویس، گرامافون، صفحات گرامافون، فیلم عکاسی، ساعت، میز، صندلی، تختخواب، یخچال، پارکت سالن و ... تبلیغ شده است. همچنین تبلیغات مختلف درمورد فضاهایی مانند خیاط‌خانه، کتابخانه، کافه، رستوران، کافه قنادی، رستوران موزیکال، سینما، تئاتر، کنسرت، مهمان‌خانه و ... به چشم می‌خورند. تبلیغات فوق نشان می‌دهند که انواع ارکستر، نمایش کمدی، اپرت، رقص و... در سالون‌های تازه تأسیس و معروف آن زمان مانند «نمایشگاه زرتشتیان»، «گراند هتل»، «استودیو درام کرمانشاهی»، «کافه رستوران خورشید»، «سینما سپه»، «سینما پلاس» و ... به اجرا درآمده و بینندگان به تماشای آن‌ها می‌شتافتند. همچنین در این تبلیغات از افتتاح «سینما جهان» در میدان پهلوی سخن به میان آمده و تبلیغاتی درمورد افتتاح «قرائت‌خانهٔ مخصوص نسوان» توسط «جمعیت بیداری نسوان» و افتتاح «دارالمعلمین ابتدایی» به چشم می‌خورد.

ظهور فرهنگ مصرفی و مصرف‌گرایی در یک جامعه می‌تواند از شکل‌گیری طبقهٔ متوسط (جدید) و سبک زندگی متناظر با آن خبر دهد (اباذری و چاوشیان، ١٣٨١، ص. ١٥). به نظر می‌رسد مطالب ذکرشده در اینجا و تبلیغات کالاها و فضاهای مصرفی مختلف ذکرشده از رواج نسبی مصرف‌گرایی در دورهٔ مورد مطالعه خبر می‌دهد و درنتیجه می‌تواند نشانگر ظهور طبقهٔ متوسط جدید و سبک زندگی متمایز آن باشد.

روزنامهٔ *تجدد ایران*

نشریهٔ دیگری که مطالب مندرج در آن می‌تواند اوضاع اجتماعی زمانه را به خوبی متجلی کند نشریهٔ *تجدد ایران* است. این روزنامه به مدیرمسئولی و سردبیری محمد طباطبایی منتشر شده است. این نشریه از سال ۱۳۱۰ به صورت روزنامه منتشر شده و انتشار آن تا سال ۱۳۲۰ ادامه داشته است. در اینجا امکان مرور تمام شماره‌های این روزنامه میسر نیست ازاین‌رو بر شماره‌های منتشرشده در سال‌های ۱۳۱۱ و ۱۳۱۸ تمرکز شده تا از خلال بررسی آن‌ها اطلاعات مرتبط با اهداف پژوهش از سال‌های ابتدایی و انتهایی دورهٔ انتشار این روزنامه به‌دست آید، با این ملاحظه که این سال‌ها با سال‌های مرتبط با مطالب مرورشده در روزنامهٔ *شفق سرخ* (۱۳۰۷ و ۱۳۱۳) هم‌پوشانی نداشته باشد. در میان مطالب گوناگون مندرج در این روزنامه به‌ویژه تبلیغات مرتبط با کالاهای مختلف، می‌توان نکات مهمی را در ارتباط با تغییر سبک زندگی و ظهور طبقهٔ متوسط جدید مشاهده کرد.

برای نمونه، در شمارهٔ ۱۰۳۲ مورخ ۲ تیر ۱۳۱۱، تبلیغ «شرکت آلیانس» در خیابان علاءالدولهٔ طهران منتشر شده است که به تولید شراب و الکل و کنیاک می‌پردازد. تبلیغ «آبجو آلزامین» در فضای آزاد قابل توجه است: «آبجوی آلزامین مخصوصاً در هوای آزاد و فضای باطراوت خیابان پهلوی و ارکستر مخصوص طعم و مزهٔ دیگری دارد». در شمارهٔ ۱۰۸۰ مورخ ۱۵ شهریور ۱۳۱۱ آمده است:

> تذکر به آقایان محترم؛ امسال از برای آقایان محترم لباس‌های عالی و قشنگ ازقبیل پالتوهای فرم جدید که با بهترین پارچه‌های انگلیسی و آلمانی تهیه شده و امرمال‌های شیک و همه قسم لباس‌های ممتاز حاضر کرده‌ایم. محل فروش لاله‌زار.

در شمارهٔ ۱۱۵۰ مورخ ۱۱ دی ۱۳۱۱، مطلبی انتقادی درمورد افتتاح تئاتر پالاس منتشر شده است و در همین شماره نیز تبلیغ یک نمایش در این سالن به چشم می‌خورد: «عشق خون‌آلود در سالون مجلل پالاس بتوسط آرتیست‌های مشهور مسیو

بروزان و مادموزال نیلا در روز دوشنبه ۲ دی مطابق ۱۲ ژانویه ۱۹۳۳، محل فروش بلیط لاله‌زار مغازهٔ الکانت». در شمارهٔ ۲۶۹۵ مورخ ۱۸ فروردین ۱۳۱۸ آمده است:

اینتوریست؛ برای مسافرت به اروپا باصرفه‌ترین و راحت‌ترین و بالأخره ... راه از طریق شوروی است که می‌گذرد. در طول راه و در هنگام تغییر وسائط نقلیه مأمورین اینتوریست بهترین راهنمایی و خدمت را دربارهٔ مسافرین انجام می‌دهند. بهای بلیت مسافرت از راه شوروی تا نقاط نامبرده و سایر اسناد جهانگردی از راه شوروی و در خاک شوروی بریال دریافت می‌گردد و این خود تسهیل و مزیت بزرگی است. برای کسب اطلاع و خرید بلیت باینتوریست خیابان شاه تلفون شمارهٔ ٦٦٣٢ و در ایران تور نمایندگی رسمی اینتوریست در خیابان سعدی تلفون شمارهٔ ۸۲۲۱ و ۸۲۲۲ مراجعه فرمائید.

در شمارهٔ ۲۹۰۳ مورخ ٢٤ آذر ۱۳۱۸ آمده است:

«از مجلهٔ پلزبر دوفرانس، برای بانوان: «طرز آرایش و سلمانی جدید» برای این‌که مجموعه قسمت‌های صورت متناسب با هم زیبا شود باید قسمت‌های مختلفی را در نظر گرفته مطابق آن عمل نمود»، «کارخانهٔ مبل و صندلی‌سازی شرکت نسبی، خاچاطور قوطانیان و شریک»، «ساعت‌های موزر؛ از بهترین ساعت‌های سویس و بیش از یکصد سال سابقه دارد».

در مطالب ذکرشده از نشریهٔ *تجدد ایران* موارد فراوانی به چشم می‌خورد که از تحولات اجتماعی و ظهور طبقهٔ متوسط جدید خبر می‌دهد. این موارد را می‌توان ذیل مقولات زیر قرار داد: نخست، تبلیغ لوازم مصرفی مانند فروش پارچه‌های خارجی (انگلیسی و ایطالیایی) و دوخت انواع لباس‌های خوش‌برش و مطابق مد روز، تبلیغ فروش جوراب‌های فرنگی، کفش‌های شیک و بادوام و وسایل مختلف نظیر ساعت، مایهٔ ضد پنچر و... در مغازه‌های گوناگون، تبلیغ فروش تابلوها و دکورهای عالی نقاشی

و کاغذ دیواری. دوم، تبلیغ فضاهای جدید شهری مانند برگزاری نمایش‌ها و اپرت‌های هنری مختلف در سالون‌های تازه تأسیس (گراند هتل، سینما سپه و ...) و فروش و سرو انواع نوشیدنی‌های الکلی در خیابان (در هوای آزاد خیابان پهلوی به همراه ارکستر مخصوص) سوم، تبلیغ مؤسسات گردشگری برای سفر به مقاصد داخلی و خارجی (به دماوند با اتوبوس یا سفر به اروپا از طریق شوروی)، چهارم، تبلیغ فروش کتب شعرای جوان یا اشعار دیگران در کتابخانه‌های مختلف. پنجم، تبلیغ استخدام کارمند در شرکت‌ها و دفاتر (دفتر باشگاه هواپیمائی کشوری ایران) و تأسیس دفاتر و مؤسسات جدید مانند دفاتر اسناد رسمی و ازدواج، مطب پزشکان به‌ویژه در ارتباط با درمان امراض تناسلی و مقاربتی نظیر سوزاک و تیفلیس، دفاتر وکلای عدلیه، تبلیغ مؤسسات آموزشی و مؤسسات فعال در ترک معتادان به تریاک، عکاس‌خانه‌ها، آرایشگاه‌ها، مهمانخانه‌ها (شیراز، دربند و ..)، بنگاه‌های ماشین‌نویسی، آموزشگاه فنی رانندگی و مکانیکی، آموزشگاه خیاطی، کارگاه‌های رنگ‌رزی و لباس‌شویی، کارخانهٔ مبل و صندلی‌سازی و.... ششم، تبلیغ بخت‌آزمایی (برگزارشده توسط شرکت «محدود روزی» برای مشتریان).

مقولات فوق نشان‌دهندهٔ جامعه‌ای است که در حال ورود به دنیای متجدد و مصرفی است. تبلیغات مرتبط با فروش اقلام مصرفی در کنار آگهی‌های مرتبط با گشایش یا فعالیت مؤسسات، سالن‌ها، کتابخانه‌ها، دفاتر اسناد، سالن‌های نمایش، سینماها و... در کنار اعلان استخدام کارمندان، ایجاد و ساخت جاده‌ها و راه آهن و فعالیت پزشکان، وکلا و مؤسسات آموزشی از تحولات اجتماعی رخ داده در جامعهٔ آن روز خبر می‌دهند. تحولاتی که هر یک به نحوی با شکل‌گیری طبقهٔ متوسط جدید و سبک زندگی آن مرتبط هستند.

نتیجه

مفهوم سبک زندگی با سه تحول همراه است. اول، رابطه کار و فراغت، دوم، پیدایش طبقات متوسط سوم، رشد و گسترش فرهنگ مصرف و مصرف‌گرایی (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱، ص. ۱۵). بر این اساس، حجم قابل توجهٔ تبلیغات در نشریات مرورشده را می‌توان به‌عنوان نشانه‌ای از رواج نسبی کالاهای مصرفی و ظهور فرهنگ مصرف‌گرایی درنظر گرفت. مصرف کالا و مصرف فضا از مهم‌ترین نمودهای مصرف‌گرایی است که در جامعهٔ ایرانِ دوران پهلوی نخست به چشم می‌آید. این امر در کنار گسترش مشاغل جدید اداری، تجاری، نظامی و ... و مشاهدهٔ نشانه‌هایی از امکان شکل‌گیری سفر به تفرجگاه‌ها و ممالک دیگر از تعریف و ایجاد اوقات فراغت و درنتیجه از ظهور طبقهٔ متوسط نوظهوری خبر می‌دهد که از سبک زندگی جدیدی برخوردار است.

مصرف فضاهایی مانند سینما، تئاتر، سالن رقص، هتل و ... سرو انواع خوراکی‌های سنتی و جدید و نوشیدنی‌های الکلی و غیرالکلی در کافه‌ها و رستوران‌ها و مصرف انواع پارچه، لباس، کفش، ساعت و وسایل تزئینیِ مدِ روز که در نشریات ذکرشده نمود یافته‌اند، می‌تواند نشانگر ایجاد اوقات فراغت، تحول در شیوهٔ خوراک و پوشاک و درنتیجه ظهور طبقهٔ متوسط جدید و سبک زندگی جدید متناظر با آن باشد.

با دقت در مطالب منتشرشده در نشریات فوق و مقولات استخراج‌شده از محتوای آن‌ها می‌توان این مقولات را ذیل چند مقولهٔ اصلی طبقه‌بندی کرد. به بیان دیگر، با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی و با تحلیل موارد به شیوهٔ استقرایی، مقولات مختلف استخراج شدند و در ذیل مقولات اصلی قرار گرفتند (جدول ۱). مقولات

اصلی مشخص‌شده در اینجا که بیانگر مؤلفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی اعضای طبقهٔ متوسط جدید در دورهٔ پهلوی اول هستند عبارت‌اند از:

فردگرایی

اعطای شناسنامه به افراد و الزام آن‌ها به انتخاب نام خانوادگی می‌تواند به‌عنوان نشانه‌ای مهم در تثبیت فردگرایی و گسترش آن در دورهٔ پهلوی اول قلمداد شود. توجه به زنان و موضوعات مرتبط با آن‌ها مانند تحصیل، برخورداری از حقوق اجتماعی، حضور در جامعه و تأکید بر ترقی و پیشرفت آن‌ها در نشریاتی مانند *عالم نسوان*، جملگی از شکل‌گیری شخصیت فردی زنان و خارج شدن آن‌ها از چنبرهٔ سنت‌های جمعی و خانوادگی خبر می‌دهد. تدوین قوانین و نظام‌نامه‌ها و تألیف و انتشار اصول معاشرت و رفتار در فضاهای گوناگون اجتماعی، که نمونهٔ آن‌ها را در مجله‌های *بلدیه* و *عالم نسوان* مشاهده کردیم، مؤید شکل‌گیری منش‌های فردی و حضور افراد در شهر است که به قواعد و اصول جدیدی به‌منظور برقراری تعاملات بین‌فردی نیاز دارد. کالاهای مصرفی جدید مانند ساعت، دوربین، لوازم آرایشی، پوشاکِ مدِ روز و ... جملگی از شکل‌گیری فردیت در بین زنان و مردان مصرف‌کننده خبر می‌دهد و چنین فردیتی در تبلیغ کالاهای ذکرشده در نشریات ذکرشده متجلی شده است. ایجاد فضاهای جدید شهری مانند سالن‌های نمایش و رقص، سینماها، کتابخانه‌ها، رستوران‌ها و کافه‌ها نیز نشانگر ظهور فردیت و حرکت جامعه به سمت فردگرایی است.

مصرف‌گرایی

سبک زندگی اعضای طبقهٔ متوسط جدید با مصرف کالاها و فضاهای گوناگون گره خورده است. در این دوره شاهد رونق گرفتن تولید و عرضهٔ انواع کالاهای مصرفی

مانند لوازم آرایشی و بهداشتی، لوازم تزیینی، اتومبیل، پارچه، لباس، کفش و ... هستیم که در نشریات مختلف (ازجمله *شفق سرخ* و *تجدد ایران*) تبلیغ می‌شوند و اعضای طبقهٔ متوسط جدید را به‌عنوان گروه هدف خود درنظر دارند. شکل‌گیری فضاهای جدید مانند مغازه‌ها که انواع کالاهای مصرفی را به فروش می‌رسانند با شکل‌گیری گروهی از زنان و مردان طبقهٔ متوسط جدید که به‌عنوان خریدار و مصرف‌کننده در خیابان‌ها و فضاهای تجاری نوین پرسه می‌زنند در تناظر قرار دارد. در همین راستا، قهرمانان رمان‌های نوشته‌شده در این دوره که غالباً از اعضای طبقهٔ متوسط جدید هستند به مصرف کالاهای مصرفی و تزیینی می‌پردازند و در فضاهای جدید شهری حضور دارند (نک: حجازی، ١٣٤٥، ١٣٣٩). همچنین در این دوره، به استناد مطالب ذکرشده در نشریات بررسی‌شده، شاهد شکل‌گیری فضاهای شهری نوظهور مانند کافه‌ها، رستوران‌ها و ... هستیم که مهم‌ترین مشتریان خود را در میان اعضای طبقهٔ متوسط جدید پیدا می‌کنند. پیدایش فرهنگ مصرفی در میان اعضای طبقهٔ متوسط جدید نشان‌دهندهٔ سبک زندگی نوظهوری است که با مصرف کالاها و فضاهای گوناگون پیوند دارد.

توجه به بدن و مدیریت آن

به‌نظر می‌رسد توجه به بدن و مدیریت آن از جایگاه ویژه‌ای در سبک زندگی اعضای طبقهٔ متوسط جدید برخوردار است. تبلیغ لوازم بهداشتی و آرایشی و تبلیغ انواع پوشاک زنانه و مردانه، سهم مهمی را در میان تبلیغات کالاهای مصرفی در نشریات ذکرشده به خود اختصاص داده‌اند. در همین راستا، خیاط‌خانه‌ها به فضای مهمی تبدیل شده‌اند و لباس‌هایی مطابق با آخرین مد روز کشورهای اروپایی را براساس مزون‌های واردتی تهیه می‌کنند و به فروش می‌رسانند. از آنجا که بدن جلوه‌گاه تحقق مادی سلیقهٔ

طبقاتی است و آن را به طرق گوناگون عیان می‌سازد، چنین شیوه‌های رفتار و مراقبت از بدن، ژرف‌ترین طبایع منش را به نمایش می‌گذارند (بوردیو،۱۳۹۰، ص. ۲۶۳) و نشان‌دهندهٔ تأثیراتی ماندگار بر ذهن و بدن هستند.

کالاها و فضاهای ذکرشده هنگامی از اهمیت بیشتری برخوردار می‌شوند که آن‌ها را در راستای سیاست‌های رضاشاه به‌منظور تغییر و سامان‌دهی لباس زنان و مردان درنظر بگیریم. به بیان دیگر، اقدامات رضاشاه درمورد کشف حجاب زنان و اجبار مردان به پوشیدن کت و شلوار و کلاه لبه‌دار با مورد توجه قرار گرفتن بدن از سوی اعضای طبقهٔ متوسط جدید و مدیریت آن در ارتباط قرار دارد. تدوین قوانین و نظام‌نامه‌ها و انتشار اصول معاشرت و رفتار در جامعه، در نشریاتی مانند *عالم نسوان* و *بلدیه*، نیز شیوهٔ خاصی از مدیریت بدن را درنظر دارد و آن را در راستای دستیابی به تمدن جدید قالب‌بندی می‌کند. در این دوره با نوعی کنترل بدن از سوی قدرت حاکم مواجه‌ایم که هم‌زمان با کنترل و مدیریت زندگی روزمره انجام می‌گیرد. سیاستی که با استفاده از واژگان «میشل فوکو» در صدد بهنجارسازی زندگی و به‌ویژه زنان و مردان طبقهٔ متوسط جدید است.

برجسته شدن اوقات فراغت

ایجاد و گسترش ادارات، دانشگاه‌ها، مؤسسات و سازمان‌های مختلف در این دوره از شکل‌گیری سبک زندگی ویژه‌ای خبر می‌دهد که بر مبنای تقسیم زندگی به ساعات کاری و اقات فراغت قرار دارد. بر این اساس اعضای طبقهٔ متوسط جدید در طول هفته، صبح‌ها در وزارتخانه‌ها، ادارات، دانشگاه‌ها و ... به کار مشغول بودند و عصرها و در ایام تعطیل از اوقات فراغت خود استفاده می‌کردند. شکل‌گیری مفهوم اوقات فراغت که در مناسبات سرمایه‌داری ریشه دارد (Adorno, ۱۹۹٦, p. ۱٦۲). اعضای طبقهٔ متوسط

جدید را به مصرف کالاها و فضاهای گوناگون تشویق می‌کند. به نحوی که در تبلیغات ذکرشده در نشریات این دوره مشاهده کردیم سفر به تفرجگاه‌های نزدیک شهرها و حتی سفر به کشورهای خارجی در حال شکل‌گیری است. احداث مهمانخانه‌ها و هتل‌ها و تبلیغ آن‌ها در نشریات نشان می‌دهد که سفر را می‌توان به‌عنوان بخشی از سبک زندگی طبقهٔ متوسط جدید درنظر گرفت. در این دوره، خیابان‌ها یکی پس از دیگری آسفالت شدند و آسفالت‌ریزی به خیابان‌های فرعی و بعضی از معابر و کوچه‌ها هم رسید (مستوفی، ١٣٢٤، ج.٣/ ص. ٢٤١). خیابان‌هایی مانند لاله‌زار در تهران با فروشگاه‌ها، سالن‌های نمایش، سینماها، کنسرت‌ها، کافه‌ها و رستوران‌هایش (شهری،١٣٧١، ج. ١ و ٣/ص. ٢٧٨) فضای مناسبی را جهت گذران اوقات فراغت و پرسه زدن در فضاهای شهری فراهم آوردند تا به‌وسیلهٔ اعضای طبقهٔ متوسط جدید مورد استفاده قرار گیرند.

مصرف فرهنگی و هنری

شکل‌گیری طبقهٔ متوسط جدید با تأسیس مدارس و دانشگاه‌ها رابطه‌ای دوسویه دارد. از یک سو ایجاد نهادها و مؤسسات ذکرشده موجب افزایش سرمایهٔ فرهنگی افراد شد و در ظهور طبقهٔ متوسط جدید و سبک زندگی آن‌ها نقشی اساسی داشت. از سوی دیگر، اعضای این طبقه ازجمله متقاضیان تحصیل در مدارس و دانشگاه‌ها بودند و به این ترتیب گسترش و تداوم این نهادها را موجب شدند. ازاین‌رو، تحصیل علم در مدارس و دانشگاه‌ها، در کنار شرکت در مؤسسات دیگری چون دارالمعلمین و دانش‌سراها ازجمله مؤلفه‌های سبک زندگی اعضای طبقهٔ متوسط جدید است. انتشار رمان‌ها، اشعار، آثار تاریخی، علمی و ... در کنار ایجاد کتابخانه‌ها و قرائت‌خانه‌ها و تبلیغ کتب مختلف ادبی و غیرادبی در نشریات این دوره، از شکل‌گیری جماعت کتابخوانی خبر

می‌دهد که به مصرف فرهنگی و ادبی اشتغال دارند. همچنین، تماشای فیلم، نمایش و رقص در فضاهایی مانند سینما، تئاتر و سالن رقص و گوش دادن به موسیقی در فضاهایی مانند سالن کنسرت، کافه‌ها و رستوران‌ها، که اخبار آن‌ها در نشریات ذکرشده متجلی شده‌اند، ازجمله نشانه‌های است که مصرف هنری را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی اعضای طبقهٔ متوسط جدید به نمایش می‌گذارد.

جدول ۱: مقولات فرعی و اصلی

عنوان نشریه	مقولات فرعی	مقولات اصلی
عالم نسوان	یکم، آموزش آداب و طرز صحیح رفتار دوم، اخبار مرتبط با ترقیات نسوان در عالم و به‌خصوص جوامع غربی و مقایسهٔ آن با وضعیت زنان در ایران آن روز. سوم، تأکید بر لزوم ایجاد جنبش زنان، انجمن‌های زنان، مبارزه با عقب‌ماندگی زنان و مشارکت آن‌ها در زندگی اجتماعی چهارم، تأکید بر آموزش و تعلیم زنان و لزوم آموزش اجباری برای آن‌ها مانند پسران. پنجم، آشنایی زنان با اصول خانه‌داری، توجه به اطفال و تربیت آن‌ها، مهندسی خانه‌داری و استفاده از اوقات فراغت زنان در راه تحصیل علم، زبان، موسیقی	فردگرایی، توجه به بدن و مدیریت آن، برجسته شدن اوقات فراغت، مصرف فرهنگی و هنری و مصرف‌گرایی.

	و ... ششم، تأکید بر مد تازهٔ لباس، سالن‌های خیاطی و تبعیت از ژورنال‌های اروپایی و آمریکایی. هفتم، مطرح شدن مسائل اجتماعی مختلف ازجمله شرب مسکرات، ازدواج اجباری دختران، تعدد زوجات و متعه، فحشا، سقط جنین و رفع حجاب. هفتم، تبلیغ پدیده‌های جدید مانند دوربین، عینک، کتابخانه، مدارس و ...	
بلدیه	یکم، انتشار قوانین، لایحه‌ها و نظام‌نامه‌های مختلف دوم، گزارش‌های مختلف منتشرشده از فعالیت‌های شهری انجام‌گرفته. سوم، اعلانات مختلف مانند ممنوعیت و قدغن شدن کبوتربازی یا تأسیس اولین کودکستان ایرنی. چهارم، تأکید بر فراگیری اصول معاشرت و رفتار با یکدیگر و مراعات اخلاق در محافل عمومی، تغییر سبک و منش زندگانی و اتخاذ سبکی نو و معمول در دنیا متناسب با ظهور پدیده‌های جدید مانند سینما، تئاتر، مهمانی‌ها، جشن‌ها، هتل‌ها و... پنجم، هشدار درمورد عواقب وخیم استعمال	فردگرایی، توجه به بدن و مدیریت آن، برجسته شدن اوقات فراغت، مصرف فرهنگی و هنری و مصرف‌گرایی.

	تریاک و به‌خصوص مصرف الکل. ششم، توجه به بیماری‌های مقاربتی مانند سیفلیس و تأثیرات آن بر ازدواج. هفتم، انتشار تصاویر مختلف از پدیده‌های نوظهور در دوران پهلوی و مقایسهٔ آن‌ها با پدیده‌های دوران قبل مانند کلاه، کت و شلوار، قطار، رستوران، مغازه، بازار جدید، محل آب‌تنی و شنا و ... هشتم، تبلیغات وسایل و فضاهای مختلف مانند کتاب دستور خیاطی، رمان، رستوران، فیلتر آب و ...	
شفق سرخ	یکم، تبلیغ وسایل مصرفی مانند لباس‌های زنانه و مردانه، ساعت، اتومبیل و لوازم جانبی آن، گرامافون و دوربین عکاسی. دوم، تبلیغ فضاهای جدید شهری مانند خیاط‌خانه، کتابخانه، کافه، رستوران، کافه قنادی، رستوران موزیکال، سینما، تئاتر، کنسرت و مهمانخانه.	مصرف‌گرایی، مصرف فرهنگی و هنری، برجسته شدن اوقات فراغت، توجه به بدن و مدیریت آن، فردگرایی.
تجدد ایران	یکم، تبلیغ وسایل مصرفی ازجمله لباس‌های زنانه و مردانه و لوازم تزیینی. دوم، تبلیغ فضاهای جدید شهری مانند	مصرف‌گرایی، مصرف فرهنگی و هنری، برجسته شدن اوقات فراغت، توجه به بدن و

	هتل، سینما، تئاتر، رستوران و کافه. سوم، تبلیغ مؤسسات گردشگری. چهارم، تبلیغ فروش کتب شعرای جوان یا اشعار دیگران در کتابخانه‌های مختلف. پنجم، تبلیغ تأسیس دفاتر و مؤسسات جدید و استخدام کارمندان در آن‌ها. ششم، تبلیغ بخت‌آزمایی.	مدیریت آن، فردگرایی.

پی‌نوشت

١. Pierre Bourdieu

منابع

آبراهامیان، ی. (١٣٨٩). *تاریخ ایران مدرن*. ترجمهٔ م. فتاحی ولیلایی. تهران: نشر نی.

آبراهامیان، ی. (١٣٨٢). *ایران بین دو انقلاب*. ترجمهٔ ک. فیروزمن، ح. شمس‌آوری و م. مدیر شانه‌چی. تهران: نشر مرکز.

اباذری، ی.، و چاوشیان، ح. (١٣٨١) از «طبقهٔ اجتماعی» تا «سبک زندگی» رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی. *نامهٔ علوم اجتماعی*، ٢٠، ٣ـ٢٧.

اسکاچپول، ت. (١٣٨٨). *بینش و روش در جامعه شناسی تاریخی*. ترجمهٔ ه. آغاجری. تهران: نشر مرکز.

اشرف، ا.، و بنوعزیزی، ع. (١٣٨٨). *طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران*، ترجمهٔ س. ترابی فارسابی، تهران: انتشارات نیلوفر.

اکبری، م. (١٣٨٤). *تبارشناسی هویت جدید ایرانی عصر قاجار و پهلوی اول*، تهران: علمی و فرهنگی.

انصاری، م. (١٣٩٠). مطبوعات رضاخانی طرح اندیشهٔ ایرانشهری و مشروعیت‌سازی برای حکومت پهلوی. *رسانه*، ٢٢ (١و٢)، ١١٥–١٢٨.

بحرانی، م. (۱۳۸۸). *طبقهٔ متوسط و تحولات سیاسی در ایران معاصر (۱۳۸۰-۱۳۲۰)*. تهران: آگاه.

بوردیو، پ. (۱۳۸۱). *نظریهٔ کنش*. ترجمهٔ م. مردیها. تهران: نقش و نگار.

بوردیو، پ. (۱۳۹۰). *تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*. ترجمهٔ ح چاوشیان. تهران: ثالث.

پیردیگار، ژ.، هورکاد، ب.، و ریشار، ی. (۱۳۷۷). *ایران در قرن بیستم*. ترجمهٔ ع مهدوی. تهران: البرز.

پرستش، ش. (۱۳۸۵). *صورت‌بندی میدان تولید ادبی ایران*. پایان‌نامهٔ دکتری جامعه‌شناسی. تهران: دانشگاه تهران.

جوانمردی، ف.، آبادیان، ح.، فلاح توتکار، ح.، و رحیمی، ع. (۱۳۹۸). بازتاب گفتمان پزشکی در مطبوعات دورهٔ مشروطه و پهلوی اول. *تاریخ علم*، *۱۷*(۱)، ۱۱۷ـ۱۳٤.

حجازی، م. (۱۳۳۹). *هما*. تهران: چاپخانهٔ مجلس.

حجازی، م. (۱۳٤٥). *پریچهر*. تهران: چاپخانهٔ مجلس.

رایت، ا. (۱۳۹۹). *فهم طبقه*. ترجمهٔ م بحرانی. تهران: آگاه.

روزنامهٔ تجدد ایران (۱۳۱۱). شمارهٔ ۱۰۳۲. مورخ ۲ تیر.

روزنامهٔ تجدد ایران (۱۳۱۱). شمارهٔ ۱۰۸۰. مورخ ۱۵ شهریور.

روزنامهٔ تجدد ایران (۱۳۱۱). شمارهٔ ۱۱۵۰. مورخ ۱۱ دی‌ماه.

روزنامهٔ تجدد ایران (۱۳۱۸). شمارهٔ ۲٦۹۵. مورخ ۱۸ فروردین.

روزنامهٔ تجدد ایران (۱۳۱۸). شمارهٔ ۲۹۰۳. مورخ ۲٤ آذرماه.

روزنامه شفق سرخ (۱۳۰۷). شمارهٔ ۱۰۳۵. مورخ ۷ شهریور.

روزنامهٔ شفق سرخ (۱۳۰۷). شمارهٔ ۱۰۳۹. مورخ ۱٤ شهریور.

روزنامهٔ شفق سرخ (۱۳۱۱). شمارهٔ ۲۰۲٤. مورخ ۷ فروردین.

روزنامهٔ شفق سرخ (۱۳۱۱). شمارهٔ ۲۰۳۰. مورخ ۱٦ فروردین.

روزنامهٔ شفق سرخ (۱۳۱۱). شمارهٔ ۲۰٤٥. مورخ ۲ اردیبهشت.

شهری، ج. (۱۳۷۱). *طهران قدیم*. ج اول و سوم. تهران: معین.

صالح‌نژاد، ن. (١٣٩٨). کاربرد عکس در تبلیغات تجاری روزنامه‌های عصر پهلوی (مطالعهٔ موردی: روزنامهٔ اطلاعات). *پژوهش‌نامهٔ تاریخ اجتماعی اقتصادی*، *٨* (١)، ١٥١-١٣١.

فاضلی، م. (١٣٨٢). *مصرف و سبک زندگی*. قم: صبح صادق.

فراستخواه، م. (١٣٨٨). *سرگذشت و سوانح دانشگاه در ایران*. تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.

فوران، ج. (١٣٩٠). مقاومت شکننده: *تاریخ تحولات اجتماعی ایران از صفویه تا سال‌های پس از انقلاب اسلامی*. ترجمهٔ ا. تدین. تهران: مؤسسهٔ خدمات فرهنگی رسا.

کاتوزیان، م. (١٣٧٢). *اقتصاد سیاسی ایران*. ترجمهٔ م. نفیسی و ک. عزیزی. تهران: نشر مرکز.

کاتوزیان، م. (١٣٨٧). *جامعه و دولت در دورهٔ رضا شاه*. در ت. اتابکی (١٣٨٧). *تجدد آمرانه*. ترجمهٔ م. حقیقت‌نژاد. تهران: ققنوس.

کاتوزیان، م. (١٣٨٩). *دولت و جامعه در ایران*. ترجمهٔ ح. افشار. تهران: نشر مرکز.

کرامپتون، ر. (١٣٩٦). *طبقه و قشربندی اجتماعی*. ترجمهٔ ه. نایبی. تهران: نشر نی.

کمالی، م. (١٣٨١). *جامعهٔ مدنی، دولت و نوسازی در ایران معاصر*. ترجمهٔ ک. پولادی. تهران: باز.

گارثویت، ر. (١٣٨٧). *تاریخ سیاسی ایران*. ترجمهٔ غ. علی بابایی. تهران: اختران.

مجلهٔ بلدیه (١٣٠٩). ٩ (٤). مورخ آذرماه.

مجلهٔ بلدیه (١٣٠٩ و ١٣١٠). ٩ (٧ و ٨). اسفند و فروردین.

مجلهٔ بلدیه (١٣١٠). ٩ (١١ و ١٢). تیر و مرداد.

مجلهٔ بلدیه (١٣١٢). ١٠ (٧ و ٨). شهریور.

مجلهٔ بلدیه (١٣١٢). ١٠ (٩ و ١٠). آذرماه.

مجلهٔ بلدیه (١٣١٣). ١٠ (١١ و ١٢). فروردین‌ماه.

مجلهٔ بلدیه (١٣١٣). ١١ (٤ و ٥). دی‌ماه.

مجلهٔ عالم نسوان (١٣٠٦). ٧ (١١). آبان‌ماه.

مجلهٔ عالم نسوان (١٣٠٧). ٩ (٢). اسفندماه.

مجلهٔ عالم نسوان (١٣٠٨). ١٠ (٢). اسفندماه.

مجلهٔ عالم نسوان (١٣١٠). ١٢ (١). بهمن‌ماه.

مستوفی، ع. (١٣٢٤). *شرح زندگانی من*. ج سوم. تهران.

یوسفی‌فر، ش.، و جنگجو، ش. (۱۳۹۸). مسئلهٔ زن و زنانگی در روزنامهٔ اطلاعات در دورهٔ پهلوی اول (۱۳۲۰-۱۳۰٤)، *پژوهش‌نامهٔ زنان*، *۱۰* (۲)، ۲۳۱ـ ۲٥٤.

Adorno, T. W. (۱۹۹٦). *The Culture Industry*. Routledge.

Bourdieu, P. (۱۹۸٤). *Distinction, a Social Critique of Judgment of Taste.* Tr. R. Nice. London: Routledge & Keagen Paul.

Bourdieu, P. (۱۹۹٦). *The Rules of Art: Genesis of structure of the Literary Field*. Tr. S. Emanuel. Polity press.

Bourdieu, P.(۱۹۹٦). *The State Nobility*. Tr. L. Clough. Oxford: Polity Press.

Jenkins, R. (۱۹۹٦). *Pierre Bourdieu*. London: Routledge.

Martin, J. (۲۰۰۳). What Is Field theory? *A J S, 109* (۱), ۱-٤۹.

Swartz, D. (۱۹۹۷). *Culture & Power: The sociology of Pierre Bourdieu*. The University of Chicago Press.

The analysis of new middle class advent in the first Pahlavi press

Reza Taslimi Tehrani*[١]

Received: ٢٩/٠٥/٢٠٢٢ Accepted: ١٢/١٠/٢٠٢٢

Abstract

The present work aims to study and analyze the advent of new middle class in Iran via discussing lifestyle indexes in the first Pahlavi press. The main questions of this article are: How can we describe and analyze the advent of new middle class and its related lifestyle via press study? What are the elements and indexes of new middle class lifestyle in the first Pahlavi era? To carry out my research in this direction, I plan to employ historical and content analysis methods and analyze four significant press of that time ("Alame Nesvan", "Baladiye", "Shafaghe Sorkh" and, "tajadode Iran").

Based on the findings of my research, new middle class members in the first Pahlavi era have their own distinctive lifestyle which is reflected in the different press. The review of these press indicates individualism, consumerism, considering body and its manipulation, highlighting leisure time in the daily life and, cultural consumerism as the most crucial elements of new middle class lifestyle in the first Pahlavi era.

Keywords: New middle class; Lifestyle; Press; The first Pahlavi; Distinction.

[١] Assistant Professor in culture, art and communication research center, Tehran, Iran. taslimi@ricac.ac.ir
https://orcid.org/٠٠٠٠-٠٠٠٢-٤٤١٣-٨٤١٠